传统媒体与新兴媒体融合的关键与策略思考

王晨光　王　琳
（山东省招远市融媒体中心，山东 招远 265400）

摘　要：想要在当前的媒体市场浪潮之中生存，就必须将传统媒体与新兴媒体进行深度融合。但是在融合的过程中，存在着诸多问题，因此，本文针对当前传统媒体与新兴媒体在融合发展过程中所出现的问题进行深入分析，找到融合的关键点并且提出相关举措，从而促进传统媒体与新兴媒体的有效融合。

关键词：传统媒体；新兴媒体；融合关键；运作平台；体制创新　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）03-068-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.03.021
本文著录格式：王晨光，王琳．传统媒体与新兴媒体融合的关键与策略思考 [J]. 中国传媒科技，2022（03）：68-70.

当前新兴媒体正迅速发展，这对传统媒体来说不仅是一次挑战更加是一次机遇。传统媒体与新兴媒体并不是单纯的此消彼长的竞争关系，而是需要进行深度融合发展。努力推动传统媒体与新兴媒体的深度结合，促使媒体行业能够更加适应新时代的发展趋势，从而为媒体行业的发展打下坚实的基础。

1. 传统媒体与新兴媒体融合的关键问题

1.1　顶层设计缺乏融合

在传统媒体与新兴媒体融合过程当中，存在着较多的问题需要解决。想要实现深度的融合，就必须在初期阶段就做好相应的设计与规划。就当前的状况来说，传统媒体与新兴媒体在融合过程当中，缺乏顶层设计的融合，这种状况的出现会直接影响媒体的融合效果。虽然当前许多传统媒体都在不断的进行探索与创新，但是传统媒体只是在意识层面进行创新。在具体的发展策略之中，缺乏深入的思考，简单的认为互联网只是进行信息传播的工具。部分媒体在融合过程中并没有对如何深度融合进行有效探索，缺乏对实际创新的探索，从而造成融合工作难以推进。[1]

1.2　媒体工作人员缺乏合作思维

从当前的融合状况来看，部分媒体工作人员在思想意识方面阻碍了媒体之间的深度融合。当前新兴媒体的不断发展造成传统媒体的发行量直线性的下滑，出现了受众人群大量流失的状况。虽然大部分传统媒体行业都已经意识到了该问题的出现，并且也尝试对新媒体产品进行开发。但是传统媒体采编部门与新媒体的部门并没有进行有效的融合，都只是在自己的部门进行独立合作，融合工作不能够深度推进。传统的媒体工作人员不能够将自身的观念进行及时改变，快速地向新媒体工作人员进行相关理念以及技术的学习，缺乏对媒体传播范围的深度思考。新兴媒体工作人员缺乏对传统媒体工作人员采编能力的学习、缺乏对新闻内容深度的挖掘，从而造成传统媒体与新兴媒体在融合过程中出现重重困难。

1.3　媒体管理机制缺乏合理性

传统媒体拥有较长的发展历史，形成了较为完整的系统体系，自身的团队也具有较高的专业性。因此，在媒体行业当中能够获得大量的人力与物力支持，也成为了政府舆论导向的重要战略之地。但是传统媒体自身也存在一定的缺陷，媒体管理机制过于机械化与单一。例如，传统媒体在对于人才的招聘过程中，通常拥有较为严格的考核标准，职位与薪资之间存在着密切的关系。这样的制度之下，造成传统媒体与新兴媒体融合过程当中，存在着一定的困难。[2] 除此之外，在进行发展过程当中，也出现对信息首发权利的争夺。传统的媒体记者在进行内容发布时，需要通过层层的审核把关，许多稿件往往需要经历较长的流程才能够进行发布，甚至相关重大信息在第二天才会出现在头条之中。但是新兴媒体却与传统媒体有着截然不同的方式，更加强调信息发布的及时性，传统媒体陷入被动。

1.4　缺乏各种资源的支持

想要将传统媒体与新兴媒体进行融合，就需要动用较多的资源来支撑，如：人力资源、资金资源等。但是在当前媒体行业的发展中，通常会出现因为资金问题的缺少而造成媒体之间难以进行融合。具体而言，媒体之间的融合不是简单地通过互联网将大众传媒的信息在网络上进行传播，而是需要充分发挥各自在传播领域的优势，来共同增强信息传播的效果。当前，传统媒体与新兴媒体之间依然只是表面上的一体化。这种问题的出现大部分是因为资金与技术的缺乏而造成融合的步伐减慢。要实现融合就必须从思想、理论、技术等方面进行整体融合。[3]

1.5　缺乏明确的融合目标

传统媒体与新兴媒体在融合的过程中缺乏明确目标则会造成融合工作难以推进。在当前信息技术的不断发

展，也促进了新兴媒体的不断发展。这就要求传统媒体加强对新环境的适应能力。在融合过程中传统媒体需要对新媒体的特点进行深入了解，充分发挥两者之间的互补作用。在进行融合之前，需要制定较为明确的融合目标。

2. 传统媒体与新兴媒体融合的优化策略

2.1 顶层设计的深度融合

在当前传统媒体与新兴媒体的融合形势下，需要对于新媒体与传统媒体的顶层进行有效的设计。只有良好的设计，才能够从根源上促进融合的顺利完成。从当前的媒体行业发展来看，传统媒体的优势正在不断被削弱，新媒体的优点正在不断彰显。从互联网层面而言，传统媒体与新兴媒体应该进行深度融合，从而将两者的优点进行相互补充。因此，需要从整体角度，对传统媒体与新兴媒体融合进行有效的顶层设计。

首先，思想理念同步。在对传统媒体与新兴媒体进行统筹安排的过程中，需要对思想观念和思维模式进行顶层设计，从思想层面为传统媒体的转型打下扎实的基础。这需要传统媒体具有互联网思维、大数据思维等多方面的新思维模式，借助新兴媒体的优势来获得较为广阔的发展空间。其次，加强资源的整合。传统媒体与新兴媒体融合时需要对资源进行有效的整合。在进行顶层设计过程中，需要综合考虑构建一个综合化的体系，包括管理体系、传播体系、组织结构等多个方面，这样才能够保证两者能够深入的进行融合。[4]

2.2 内容是实现媒体融合的基础

传统媒体与新兴媒体融合的过程中，最为基础的融合就是内容的融合。当内容能够实现融合时，媒体之间的融合才能够真正形成。但是从根本上来说，想要实现内容的可持续性传播需要媒体能够依据受众的阅读习惯，从而提供较为专业、高水平的内容。只有拥有高质量的内容，才能够抓住受众的心理，促进受众对媒体信息的持续性关注，进而实现媒体竞争力的提高。对于新兴媒体来说主要通过互联网、终端设备来进行内容的传播。不仅能够为受众提供丰富多彩的图片信息，还能够利用音频、视频等方式来满足受众的不同需求，在互联网中实现与受众的积极互动。这种独具特色的传播方式促使新媒体受到了人民群众的广泛喜爱，占据了媒体市场的重要部分。因此，传统媒体需要充分借助这一次融合的机会，有效地将新媒体的传播技术与方式进行深度融合。为传统媒体的内容播放增添丰富的色彩，实现传统媒体内容更好地传播于人民大众。

传统媒体在学习新媒体相关先进技术时，也需要注重自身优势的发挥，依靠传统媒体高质量的采编水准、规范化的采编流程，对出版物进行专业化的创作，为受众打造具有深度的，有价值意义的高品质读物。在当前的新媒体时代之下，更加强调受众获取信息的个性化需求，受众人群依据自身的兴趣来选择不同信息，受众黏性提高。传统媒体要运用新媒体的技术来满足不同受众人群的需要，提高传统媒体的用户关注力。除此之外，新媒体还加强了媒体与受众之间的互动。在融合过程当中，传统媒体也需要积极地将用户带入到互动环节之中，从而实现融合从一维向多维进行转变。[5]

2.3 提高从业人员的专业素养水平

在当前新媒体时代背景之下，媒体行业的竞争愈演愈烈，受众对信息质量的需求逐步提高。因此，在传统媒体与新兴媒体融合的过程中，需要创作出更具多样性以及针对性的产品来满足多样化受众人群的需要。因此，需要传统媒体与新兴媒体加强复合型人才的培养。从传统媒体层面来说，需加强相关新兴媒体技术的学习，不断更新自身的专业知识以及相关理念，加强业务操作的熟练程度。从新兴媒体层面来说，需要不断加强自身的专业知识与理论，特别需要将相关新闻理论与行业知识烂熟于胸，实现在媒体融合过程中的广度与深度。但是从根本上而言，都需要媒体工作人员在进行工作时树立互联网思维，适应当前时代发展的需要。将传统媒体的优势与新兴媒体的优势进行有效的发挥，满足人民大众的实际需要，充分运用新兴媒体相关技术，来促进传统媒体与新兴媒体的深度融合。[6]

2.4 加强媒体公信力与影响力的提高

想要促进传统媒体与新兴媒体的融合发展，必须要坚持自身的原则。不能够只强调对网络热点以及流量趋势的关注，如果过度的追逐，则会造成媒体公信力的下降。从传统媒体来说，在工作中不能够只考虑个人利益不顾社会利益，片面的追求热点与流量，制造出一些对社会并没有价值的新闻内容、甚至引发社会负面舆论。发挥新媒体的优势融入于传统媒体之中，最根本的目的是希望新闻内容的制作能够跟上时代的步伐、更有质量、更有社会价值意义，从而实现国民素质的提高。将中国优秀文化进行大力的弘扬与传播，从而促进国民思想境界的提高。因此，传统媒体与新兴媒体在进行融合的过程中，需要坚守自身的道德底线。确保所创作出来的内容具有真实性、客观性、可靠性等特点，实现媒体传播能力的有效提高，承担起媒体工作者所肩负的社会责任。

2.5 建立资本运作平台

传统媒体想要获得更好的发展就必须与互联网进行合作，实现深度融合发展。需要加强体制之外的企业主体参与其中，从而建立资本运作平台。因此，出现了企业单位事业化的管理、企业缺乏创新能力等众多问题的出现。要改进这些问题需要企业集团进行进一步的建设工作，构建良好的企业治理结构。通过科学的制度作为基础来吸引投资者的涌入，与互联网企业进行多个领域、有深度的合作。促进优质的传统媒体企业加快股份制改造，积极上市，为传统媒体的融合发展扩展出较为广阔的资本市场渠道，从而促进传统媒体的有效转型。除上

市外，相关企业集团还可以通过构建产业资金与并购资金来融入网络媒体项目投资之中，或者参与其他具有较为高回报的投资项目。有效实现对互联网关键资产的并购，从而获得较多的用户资源与流量，将传统媒体在内容与渠道之外的产业链进行有效的拓展，从而实现融合业务的有效布局。还可以对地产等多个领域进行多样化的投资来获取较高的利润，从而为传统媒体的升级转型提供较为充足的资金支持。[7]

2.6 利用互联网加强新闻媒体的传播

传统媒体与新兴媒体融合过程中不能够固步自封，必须抛弃陈旧的思想观念。树立较为开放的思想意识，积极使用先进的信息技术，利用互联网来进行内容传播渠道的拓展，从而实现新闻媒体的有效传播。传统媒体可以充分利用资源共享传播方式，借助互联网，将传统媒体与新兴媒体进行深度结合，从而实现跨区域的融合发展。因此，需要加强思维模式的更新，积极学习先进的知识理念，更加关注新闻媒体传播模式，主动了解当前市场动态，认真分析市场需求，用科学的方式对内部管理进行有效的改革，促进管理模式与管理方法的不断优化。在进行思想理念更新的同时，加强对国家政策的坚守。运用互联网建立专业的新闻发展队伍，创作符合融合发展需要的具有高质量的新闻作品，实现不同媒体的深入融合。

2.7 加强媒体行业体制创新

在进行不同媒体的融合过程中，需要加强传统行业体制的创新。在创新之下实现结构优化资源的有效配置与整合。充分运用互联网思维来适应融媒体时代发展需要，对于企业的内部结构进行科学的调整与完善。采用这种方式能够为融媒体的发展提供相应的制度保障。第一，可以对媒体运作流程进行调整，有效运用新媒体的传播特点与受众接收方式将传统纸质资源进行二次开发，在这样的优势互补之下能够在融媒体的发展中创作出高质量的作品。第二，将内部结构进行完善。不仅需要对于内部的管理制度进行完善，还需要对内部人员进行调整，实现资源的有效配置。第三，打破限制壁垒。在融媒体时代之下，更加强调能够实现信息资源的共享，才能够促进传统媒体与新兴媒体的深度融合。[8]

结语

综上所述，结合新时代的状况，可以清晰地发现传统媒体与新兴媒体的融合是时代发展的必然趋势。虽然当前的融合效果并不显著，还需要传统媒体与新兴媒体共同努力，加强顶层设计的完善，将资源进行合理配置和运用，从而增强我国媒体行业竞争力的提高。媒

参考文献

[1] 叶冬青 . 传统媒体与新兴媒体融合发展的困境与对策 [J]. 新闻研究导刊，2020（21）：153-154.

[2] 冉莉 . 传统媒体与新兴媒体融合发展的策略思考 [J]. 中国传媒科技，2020（1）：53-55.

[3] 彭军林 . 探析传统媒体与新兴媒体融合发展的现状及创新路径 [J]. 中国传媒科技，2019（7）：54-55.

[4] 黄小星 . 传统媒体与新兴媒体融合发展问题探析 [J]. 科技传播，2018（23）：6-7.

[5] 柳邦坤 . 传统媒体与新兴媒体融合发展问题探析 [J]. 今传媒，2015（01）：70-72.

[6] 杨万贵 . 传统媒体与新兴媒体融合发展调研报告 [J]. 传媒，2014（23）：8-12.

[7] 邹祥勇 . 传统媒体与新兴媒体融合发展的趋势与策略 [J]. 中共南宁市委党校学报，2014（4）：1-4.

[8] 王峰 . 对传统媒体和新兴媒体融合发展之路的一些思考 [J]. 中国传媒科技，2014（9）：50-53.

作者简介：王晨光（1969-），男，山东招远，主任编辑，研究方向：传统媒体与新兴媒体如何深度融合发展；王琳（1971-），女，山东招远，编辑，研究方向：传统媒体与新兴媒体融合。

（责任编辑：胡杨）

（上接第61页）

参考文献

[1] 习近平 . 习近平谈治国理政（第三卷）[M]. 北京：外文出版社，2020.

[2] 曾艳 . 市县联动 共融共享——县级融媒体中心建设的福州探索 [J]. 中国报业，2019（23）：36-38.

[3][4] 张福财 . 福州市鼓楼区融媒体中心建强宣传矩阵、"融"出文化品牌——市民休闲地成网红打卡地 .[EB/OL].（2020-06-09）[2021-09-13].https：//www.chinaxwcb.com/info/563668 .

作者简介：吴晓芳（1987-），女，福建南平，讲师，研究方向：马克思主义中国化研究、思想政治教育、新闻传播。

（责任编辑：胡杨）